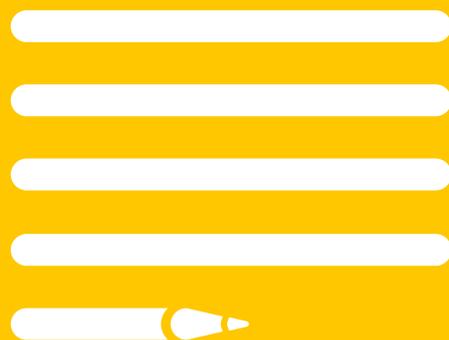




BALANÇO SOCIAL

2007-2017

Quem somos, o que fazemos, em que acreditamos e como revolucionamos a forma de produzir conteúdo e praticar responsabilidade social na nossa primeira década de história





DISSERAM QUE ERA IMPOSSÍVEL, ENTÃO A GENTE FOI LÁ E FEZ

COMPLETAR 10 ANOS É PARA POUCOS.

De cada dez empresas criadas no Brasil, seis são fechadas após cinco anos de atividade*. No mercado de mídia impressa, em que atuamos, a realidade foi ainda mais dura: em todo o mundo, o segmento enfrenta uma grave crise de modelo, com quedas contínuas de circulação e de faturamento publicitário, fechamentos de editoras e de títulos tradicionais, demissões em massa e precarização do trabalho**. Há uma permanente sensação de fim dos tempos, já enfrentada antes por outras gerações diante de novas tecnologias que mudaram hábitos de consumo de conteúdo, como a TV diante da rádio – desta vez, é o papel que parece que vai morrer.

Enquanto isso, a MOL cresceu, ano após ano. Chegamos à nossa primeira década consolidados e com números incríveis: **mais de 10 milhões de exemplares vendidos, alguns títulos entre as maiores circulações pagas do Brasil** e uma eficiência de vendas e logística que leva publicações a esgotar recorrentemente mais de 98% das tiragens. Tudo com conteúdo original, de qualidade e preços muito acessíveis para o leitor – nossas revistas custam no máximo R\$ 4,90. E dá pra ganhar dinheiro com isso? Ah, se dá: nesses 10 anos, **arrecadamos e doamos mais de R\$ 20 milhões a 33 ONGs e instituições beneficentes** e nos sustentamos como uma companhia muito bem estruturada, impecável nas obrigações legais (como só 14% das empresas brasileiras podem se orgulhar***), auditada e rentável, que gerou R\$ 1 de lucro operacional para cada R\$ 5 doados – e, em 2016, pagou dois salários extras como participação nos dividendos a todos os funcionários.

Como é possível? Bom, basicamente, **nós rasgamos todas as fórmulas do mercado editorial e inventamos outro modelo de negócio**. Se ninguém mais vai a bancas, nós vamos até onde as pessoas estão: vendemos em farmácias, supermercados, pet shops, lojas de brinquedos ou de material de construção. Se o custo de distribuição é o que encarece a leitura, encontramos uma maneira de eliminá-lo, usando estruturas que já existem de grandes parceiros varejistas. Se a venda de publicidade não garante sobrevivência aos veículos, a dispensamos, em troca de nos garantir apenas pelo (imenso) volume de vendas. Se ninguém mais aguenta ler sobre as mesmas celebridades, contamos histórias de pessoas anônimas incríveis. Se revista e livro

não vendem mais, pois não – o que oferecemos são experiências de microdoação para causas em que se ganha, em troca, um ótimo produto editorial, que vale bem mais do que o que se pagou.

E entendemos que um novo modelo só seria possível trabalhando junto com quem também tinha desafios de comunicação pela frente. Então, se as ONGs sofrem para arrecadar contribuições só passando o chapéu e sonham com fontes recorrentes de apoio, criamos um produto perfeito. Se as empresas precisam fazer projetos de responsabilidade social que consigam mobilizar clientes, funcionários e sociedade ao mesmo tempo, carregando sua causa e marca – mas sem investir, porque dinheiro nunca há –, temos uma solução completa. Se o mundo inteiro parece estar carente de um propósito, nós temos um, e ele nos conecta em relações ganha-ganha com toda a cadeia de valor: o que fazemos é bom pra todo mundo: quem compra, quem vende, quem lê, quem recebe o apoio.

E, assim, **nós criamos os produtos socioeditoriais – e, projeto a projeto, edição a edição, seguimos aperfeiçoando essa ideia.** De “apenas” uma editora produtora de conteúdo – o que, sem modéstia, fazemos muito bem, com um jornalismo positivo de massa inovador – viramos também especialistas em uma operação complexa de varejo, que inclui inteligência logística, gestão de categoria, treinamento de vendas, marketing de causa, merchandising no PDV, relações públicas, redes sociais... e mais novas habilidades que ganhamos a cada edição.

Como desde o primeiro dia da MOL, quando éramos um punhado de moleques de 20 e poucos anos com muitas boas intenções e poucos conhecimentos práticos, nós aprendemos fazendo. Inventamos projetos e colocamos na rua, estudamos nossos sucessos e lidamos com nossas frustrações, ouvimos nossos parceiros e construímos absolutamente tudo a muitas mãos. **É um trabalho intenso e apaixonante, que nos deixou, nessa última década, ocupados demais fazendo para que saíssemos por aí contando.** Agora, no nosso aniversário, sentimos que chegou a hora de um balanço. E estamos muito orgulhosos dos resultados. Esperamos que você também fique, pois, de alguma forma, contribuiu para eles.

Obrigada pela companhia e boa leitura,

Os sócios

O QUE FAZEMOS?

Nossa especialidade é algo que nós mesmos inventamos, há 10 anos: os projetos socioeditoriais. São produtos impressos de conteúdo – revistas, livros, calendários, guias e o que mais a gente imaginar – que fazem o bem de maneira extraordinária, seguindo estes sete princípios:

1 NOSSOS PROJETOS SEMPRE **DOAM PARTE DO VALOR** DE CAPA PARA APOIAR ONGS QUE LUTAM POR GRANDES CAUSAS.

PARA ONDE VAI O DINHEIRO?

Para instituições sérias que trabalham para melhorar a vida das pessoas. **A causa e o público da ONG beneficiada sempre têm relação com a atuação da marca parceira do projeto e com o conteúdo da publicação.** Podem ser desde grandes organizações nacionalmente conhecidas, como a AACD e o Instituto Ayrton Senna, até entidades de atuação local, como casas de apoio à terceira idade. *(Conheça as causas e as instituições que apoiamos na página 20.)*

2 NOSSOS PRODUTOS SÃO VENDIDOS POR PREÇOS ABAIXO DOS DO MERCADO TRADICIONAL, PARA **DEMOCRATIZAR O ACESSO À LEITURA.**

3 SÓ PUBLICAMOS **CONTEÚDO POSITIVO:** HISTÓRIAS REAIS INSPIRADORAS, JORNALISMO PARA A CIDADANIA E FAÇA VOCÊ MESMO PELA QUALIDADE DE VIDA.

4 VIABILIZAMOS OS PROJETOS POR MEIO DE **PARCERIAS COM MARCAS, EM MODELOS DE NEGÓCIO INOVADORES,** QUE APROVEITAM RECURSOS JÁ DISPONÍVEIS.

5 CRIAMOS E GERIMOS TODOS OS PROJETOS DE PONTA A PONTA, DO MODELO DE NEGÓCIO À PRODUÇÃO EDITORIAL, DA DISTRIBUIÇÃO AO TREINAMENTO DE VENDAS, GARANTINDO **RESULTADOS INCRÍVEIS.**

6 SOMOS **AUDITADOS E TRANSPARENTES** DO INÍCIO AO FIM: NA GRÁFICA, NAS VENDAS, NAS DOAÇÕES, NA PRESTAÇÃO DE CONTAS PÚBLICAS.

7 É SEMPRE **UM GANHA-GANHA:** PARA A MOL, AS MARCAS, OS LEITORES, AS ONGS, A SOCIEDADE. TUDO O QUE FAZEMOS **TEM DE SER BOM PARA TODOS.**

O QUE A MARCA GANHA COM ISSO?

Uma ação social e de marketing customizada de acordo com seu público e seus valores. **Parceiros varejistas, responsáveis pela venda do produto ao consumidor final, não precisam desembolsar nenhum centavo.** Basta aproveitar os recursos já disponíveis – de PDV, distribuição, comunicação, força de vendas... O resultado é uma ação de branded content de massa, com alto resultado social, que envolve toda a cadeia de valor e os stakeholders da rede. E não só varejistas podem participar: **qualquer empresa pode ser parceira de um projeto socioeditorial, atuando como patrocinadora.** Ela pode anunciar em publicações que já existem ou investir na criação de um novo produto, que levará sua marca. Neste caso, a empresa recebe uma tiragem exclusiva da publicação, para distribuir para seu público interno ou externo. *(Conheça as marcas que trabalham com a gente na página 24.)*

COMO A MOL GANHA DINHEIRO?

Fazendo projetos socioeditoriais! Não somos uma ONG, **somos um negócio social. Ou seja: uma empresa que tem como objetivo causar impacto positivo na sociedade,** ajudando quem precisa. Todos os nossos produtos geram doações para entidades que trabalham por grandes causas. Ao mesmo tempo, carregamos todos os encargos, responsabilidades e direitos de qualquer empresa. Obter lucro, portanto, é um dos nossos fins. Ele está embutido no custo de produção dos projetos – em geral, equivale a 15% desse valor.

É UM GANHA-GANHA!

QUEM FAZ O QUÊ?



A **Editora MOL** desenvolve o projeto e o modelo de negócio, produz a publicação e faz a gestão da operação.



O **varejista** distribui, promove e vende o produto, utilizando sua rede de lojas e sua vocação para influenciar pessoas.



O **leitor** faz uma microdoação para uma causa em que acredita e leva em troca conteúdo de qualidade por um valor acessível.



A **instituição beneficiada** usa sua credibilidade para promover o projeto, recebe e aplica as doações e presta contas.

Quer entender em detalhes como um projeto socioeditorial é criado? Confira na página 18

EM 10 ANOS, A EDITORA MOL

doou

R\$ **20.218.563,99**

O QUE EQUIVALE A:

R\$ **2 MILHÕES**
POR ANO

R\$ **168 MIL**
POR MÊS

R\$ **5,6 MIL**
POR DIA

R\$ **234**
POR HORA



QUANTO
DOAMOS
PARA CADA
UMA DE
NOSSAS
CAUSAS

SAÚDE & BEM-ESTAR
R\$ 14.009.844,95

EDUCAÇÃO & CIDADANIA
R\$ 6.134.965,74

VIDA SUSTENTÁVEL
R\$ 73.753,30

E TAMBÉM:

LANÇAMOS



7 TÍTULOS DE
REVISTA COM

98 EDIÇÕES
PUBLICADAS

Nossas principais revistas, *Sorria* e *TODOS*, são as duas maiores do Brasil no ranking de venda avulsa (veja mais na página 28)

PUBLICAMOS

8 LIVROS

Vendidos nas principais livrarias do país, em bancas de jornal e na nossa loja virtual

VENDEMOS

10.570.259
EXEMPLARES
AVULSOS

São 2.896 unidades por dia! E, se empilhássemos todos esses exemplares, eles formariam uma torre de mais de 21 mil metros: o equivalente a mais de dois montes Everest

ATENDEMOS A

42.397
PEDIDOS DE
ASSINATURA

A partir de 2015, quando lançamos essa modalidade de venda para as revistas *Sorria* e *O que Tem pra Jantar?*. Desde 2016, *TODOS* também pode ser assinada

BENEFICIAMOS

33 PROJETOS
SOCIAIS

Esse número chega a 35 em 2017 com os livros *101 Coisas para Fazer com as Crianças Antes que Elas Cresçam* e *O que os Cachorros nos Ensinam*

São mais de 1,5 milhão de pessoas atendidas por ano em todas as regiões do país pelos projetos atualmente beneficiados



PAGAMOS

R\$ **3.258.498,17**
EM IMPOSTOS

Esse valor refere-se apenas à venda de revistas no varejo. São R\$ 893 por dia financiando serviços públicos

CHEGAMOS A

24 ESTADOS
DO BRASIL,

MAIS O DF, POR MEIO DOS
PARCEIROS VAREJISTAS.

Atenção, Acre e Amapá: não vemos a hora de desembarcar aí também!



PUBLICAMOS MAIS DE

460

RECEITAS CULINÁRIAS

Vemos a gastronomia como uma das mais prazerosas maneiras de vivenciar a cultura, buscar a saúde e nos conectar com as pessoas e a natureza



ENSINAMOS

81 DIVERTIDOS
PROJETOS DO
TIPO FAÇA
VOCÊ MESMO

Porque eles são uma forma divertida de praticar uma atitude proativa e positiva perante a vida!



CONTAMOS MAIS DE

2 MIL
HISTÓRIAS REAIS
E INSPIRADORAS

Acreditamos que essa seja a melhor forma de conectar pessoas e estimular mudanças



LANÇAMENTO ABRIL | 2015

12 EDIÇÕES LANÇADAS

1.347.040 EXEMPLARES AVULSOS VENDIDOS

134 ASSINATURAS REALIZADAS

PERIODICIDADE BIMESTRAL

CIRCULAÇÃO ATUAL: **133.166**
133.064 > venda avulsa
102 > assinaturas
(DADOS DA EDIÇÃO 12)

52 PÁGINAS POR EDIÇÃO

FORMATO **26,6 X 20,2 CM** (COLORIDA)

PREÇO ATUAL **R\$ 3,95**

INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS:

E 13 ENTIDADES DE APOIO A IDOSOS CARENTES

É vendida nas mais de 740 filiais da Drogasil, nos estados de Alagoas, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte, São Paulo, Sergipe, Tocantins e no Distrito Federal.

Pela Banca do Bem (**bancadobem.com.br**) é vendida para todo o Brasil.

VICE-LÍDER NACIONAL

A *TODOS* é a segunda maior revista do Brasil no ranking de venda avulsa, que considera a decisão do leitor de comprar a publicação a cada edição

| Revista | Circulação avulsa | |
|----------------------------------|-------------------|----------------|
| | Média por edição* | Média diária** |
| 1º <i>Sorria</i> (bimestral) | 193.011 | 3.217 |
| 2º <i>TODOS</i> (bimestral) | 120.603 | 2.010 |
| 3º <i>Veja</i> (semanal) | 79.900 | 11.414 |
| 4º <i>Ana Maria</i> (semanal) | 72.448 | 10.350 |
| 5º <i>Tititi</i> (semanal) | 61.688 | 8.813 |
| 6º <i>Caras</i> (semanal) | 60.007 | 8.572 |
| 7º <i>Malu</i> (semanal) | 58.980 | 8.426 |
| 8º <i>Minha Novela</i> (semanal) | 46.651 | 6.664 |
| 9º <i>Guia Astral</i> (mensal) | 43.627 | 1.454 |
| 10º <i>Quatro Rodas</i> (mensal) | 42.962 | 1.432 |

* Média do número de exemplares impressos vendidos de forma avulsa, por edição, de janeiro a dezembro de 2016. Comparação entre as revistas da Editora MOL (Sorria e TODOS, auditadas pela VACC) e todas as revistas brasileiras pagas auditadas pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC). ** Valor da coluna anterior dividido pelo número de dias referente à periodicidade de cada edição das publicações (no caso das revistas mensais, a média por edição foi dividida por 30, por exemplo).

SÃO MAIS DE **R\$ 2,8 MIL** DOADOS POR DIA --NESSES-- DOIS ANOS!

R\$ 2.073.778,45
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 978.328,59 PARA A OBRA DO BERÇO

R\$ 577.043,93 PARA A TURMA DO BEM

R\$ 518.405,93 PARA AS ENTIDADES DE APOIO À TERCEIRA IDADE

MODELO DE NEGÓCIO
O parceiro varejista não realiza investimento direto. A renda vem do volume de vendas. Atingido o ponto de equilíbrio, ocorre a doação, que equivale ao preço de capa menos custos e impostos.

PARA ONDE VAI O DINHEIRO?
Confira o destino da quantia paga pelos leitores por exemplar da revista*

R\$ 1,47 DOAÇÃO

R\$ 0,24 IMPOSTOS

R\$ 3,95 PREÇO DE CAPA

R\$ 2,24 > CUSTO DE PRODUÇÃO

* Valores referentes à edição 12, considerando venda de 98% da tiragem

TODOS

Lançada há apenas dois anos, tornou-se o **segundo maior projeto da Editora MOL**, somando mais de R\$ 2 milhões doados. Com **tiragem e venda em constante crescimento**, ingressou no grupo das maiores revistas do país. Entre as instituições beneficiadas estão entidades de atuação local, permitindo que os **leitores colaborem diretamente com sua comunidade**

Dados atualizados em 15/5/2017 (até a edição 12). Para mais informações, acesse www.editoramol.com.br



CONTEÚDO
Histórias de vida inspiradoras, surpreendentes e divertidas, além de curiosidades, receitas, trabalhos manuais e passatempos. A *TODOS* estimula seus leitores a levar uma vida mais ativa, feliz e cheia de significado.

O QUE DIZEM OS PARCEIROS

“Uma empresa tem a responsabilidade de ser social. Com as revistas, a gente devolve para a sociedade o que ela nos dá como negócio. Além disso, elas são o melhor veículo para fazer com que nosso time se engaje em um projeto de sustentabilidade. As nossas revistas têm um papel importante na estratégia das grandes causas da companhia.”
Marcílio Pousada, CEO da Raia Drogasil



“A *TODOS* é um projeto inteligente: usa recursos já disponíveis – a estrutura logística, o ponto de venda, a força de vendas, a base de consumidores da loja – para alavancar uma ação social, sem gerar custo para a empresa. Unimos os públicos interno e externo para beneficiar a comunidade local e reforçamos os valores da marca.”
Renato Raduan, vice-presidente de operações de varejo da Drogasil

APOIO LOCAL

A doação gerada pela *TODOS* ajuda a manter 13 entidades que abrigam idosos carentes em 13 estados em que a revista é vendida. Assim, **os leitores têm a oportunidade de beneficiar projetos sociais que atuam diretamente na sua comunidade.** Os estabelecimentos passaram por um rigoroso processo de seleção, enviando uma série de documentos para comprovar sua solidez institucional e sendo visitados pessoalmente por um representante da Editora MOL. **Os valores doados pela revista têm impacto direto na qualidade de vida dos idosos atendidos,** pois são investidos principalmente em reformas, tornando os espaços mais funcionais e acolhedores. É exigida das entidades uma detalhada prestação de contas sobre a utilização das doações. Confira no mapa quais são essas instituições, onde ficam e quanto cada uma já recebeu.



As doações foram empregadas na compra de esquadrias, piso de cerâmica e outros materiais de construção, permitindo uma grande reforma no prédio



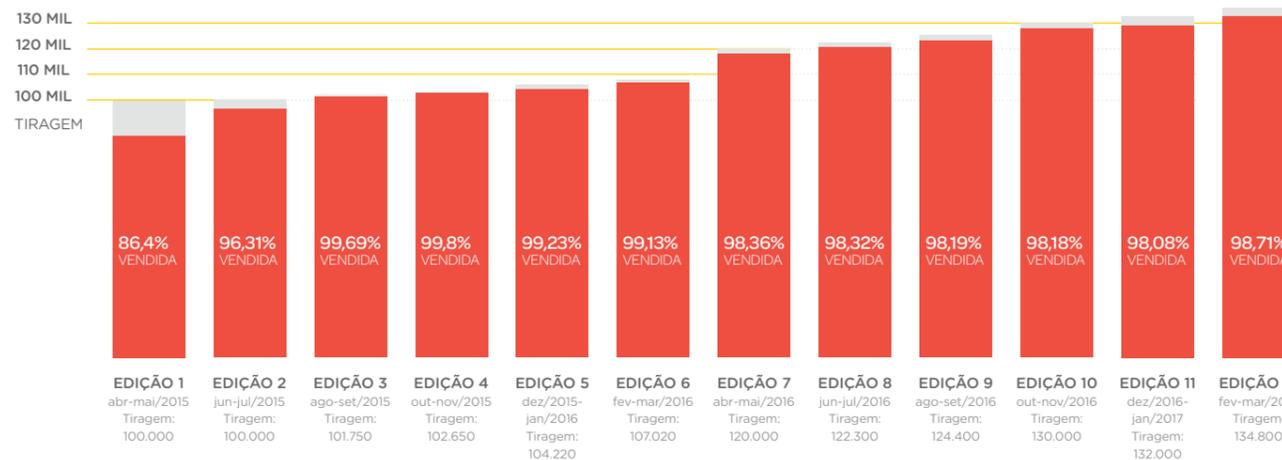
Entre as benfeitorias realizadas graças às doações estão a instalação de sistema de aquecimento solar e a colocação de forro nos apartamentos



A verba foi aplicada na instalação de um exaustor na cozinha, na pintura de 15 quartos, entre outros cômodos, e na compra de roupeiros, além de outros móveis

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

A tiragem da *TODOS* vem sendo aumentada gradualmente desde a terceira edição. Começamos com 100 mil exemplares e hoje já estamos com mais de 130 mil. E esse crescimento é acompanhado pelo avanço nas vendas: **desde o primeiro incremento na tiragem, o encalhe se mantém abaixo de 2%** - uma marca que qualquer revista no mundo adoraria ostentar. Confira no gráfico o resultado de venda avulsa de cada edição



GENTE É PRA BRILHAR

Um dos diferenciais da *TODOS* que mais chamam atenção e nos enchem de satisfação está estampado logo na primeira página da revista. **A foto de capa sempre mostra uma pessoa desconhecida do grande público - gente comum, com histórias reais e inspiradoras.** De acordo com as fórmulas tradicionais do mercado editorial, essa escolha não poderia estar mais errada: basta ver quais são os chamarizes em que as demais revistas apostam. Jogando os holofotes sobre pessoas com quem podemos cruzar na rua, a *TODOS* passa sua principal mensagem: qualquer um de nós é capaz de feitos admiráveis, dignos de manchete!



Judith Caggiano, de 83 anos, descobriu a liberdade depois dos 70: após o fim de um casamento opressor, viajou, fez tatuagens e conquistou muitos amigos



José dos Santos Neto, de 74 anos, viúvo desde os 61, adora pesquisar novas músicas e passos para dançar com sua nova esposa, Sônia de Lima, de 62



Inspirada pelo exemplo de uma amiga, Joice Berth, de 40 anos, ganhou confiança para se tornar militante do feminismo negro, estimulando outras mulheres a acreditar na própria voz

EQUIPE ENGAJADA

Projetos que seguem o modelo de negócio da *TODOS*, correalizados por um parceiro varejista, dependem intimamente do envolvimento dos funcionários da rede de lojas. Contribuir para o engajamento das equipes é parte fundamental do trabalho da Editora MOL. **Mensalmente, realizamos treinamentos com novos gerentes da Drogasil, reforçando o papel da revista na cultura da empresa.**



Artur Louback, diretor de operações da Editora MOL, realizando treinamento com funcionários da Drogasil



"As doações da *TODOS* contribuem para a manutenção de vários dos nossos serviços, como alimentação, creche, atendimento odontológico e curso profissionalizante. Também custeiam reformas e compra de material pedagógico. Além disso, há leitores que telefonam dizendo que conheceram a instituição na revista e que querem ajudar." Vera Helena Dias, vice-presidente da Obra do Berço



"A parceria com a Editora MOL foi uma das melhores coisas que aconteceram com a TdB em 2015. Desde então, a *TODOS* foi responsável pelo encaminhamento de mais de 4 mil jovens para atendimento. Além disso, traz conteúdo de altíssimo nível, que valoriza nossa rede de voluntários. Espero que esse trabalho continue por muitos anos!" Fábio Bibancos, fundador e presidente da Turma do Bem

"Somos muito felizes por ter a Editora MOL como parceira. Os recursos doados permitiram a reforma de dois quartos na ala feminina e a instalação de um aquecedor solar, melhorando a vida dos nossos idosos e otimizando o trabalho dos nossos cuidadores. Que essa parceria se alargue cada vez mais!" Diana Pimenta, assistente social do Lar do Irmão Velho

"Quando recebemos a primeira doação, transbordamos de felicidade. Pudemos avançar o projeto de ampliação da nossa casa, que estava parado por falta de verba. Ao concluirmos essa obra, poderemos acolher mais 20 idosos. A todos da MOL, nosso eterno reconhecimento!" Solange Leopoldino, coordenadora administrativa da Casa para Velhice Luiza de Marillac

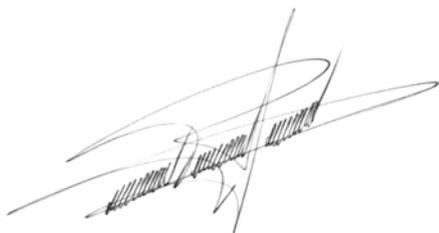
"Quando me ofereceram a *TODOS*, aceitei sem pensar: o preço é justo e ela ajuda muita gente. Revista e tinta de cabelo foram pra sacola, e por lá ficaram por mais de uma semana. Quando a tinta se fez necessária, a revista fez-se surpresa. Tocou na alma e fez repensar a vida. A *TODOS* ajuda mesmo, inclusive a mim!" Elaine Castro, leitora (depoimento publicado na edição 2, jun./jul. 2015)

São Paulo, 28 de agosto de 2017.

ATESTADO

A VACC Auditores Independentes realizou a certificação de dados de tiragem e repasse financeiro às entidades beneficiárias informados nesta publicação. O relatório completo referente a esse trabalho está disponível em www.editoramol.com.br/relatoriomol/auditoria.zip

Atenciosamente,



Ricardo José Patine Filho

Sócio-diretor

CRC 1SP252050/O-9

Verdus Auditores Independentes

CRC 2SP027296/O-2



VAMOS CONVERSAR!

 (11) 3024-2444

 contato@editoramol.com.br

 editoramol.com.br

 fb.com/editoramol

 Rua Andrade Fernandes, 303, loft 3
Alto de Pinheiros • São Paulo • SP
CEP 05449-050

 **NOSSA LOJA VIRTUAL:**

bancadobem.com.br

fb.com/bancadobem

instagram.com/bancadobem